



Building a better
working world

Baromètre de la consommation numérique

Près d'un Français sur trois
envisage d'arbitrer ses abonnements
aux plateformes de streaming

Après l'explosion de la consommation numérique établie pendant la crise sanitaire, les consommateurs se replient sur les besoins en connectivité et en contenu en établissant des priorités. EY a interrogé plus de 2 500 ménages français pour analyser les attitudes des consommateurs à l'égard de la technologie, des médias et des télécoms.



45% **craignent de payer trop cher** pour des contenus qu'ils ne regardent pas



53%

des consommateurs interrogés déclarent que **les offres de lancement jouent un rôle dans leur choix de fournisseur**, 48 % indiquent qu'il est difficile de déterminer qui propose la meilleure offre

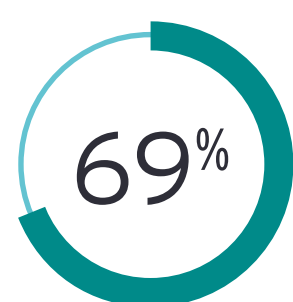


1 Français sur 3 trouve qu'il est difficile de comprendre les solutions numériques proposées par les fournisseurs

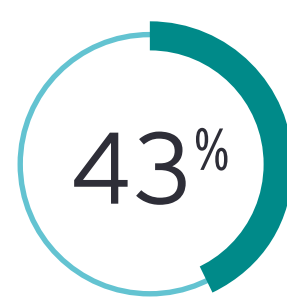


25% **veulent réduire le nombre de plateformes** de streaming qu'ils utilisent

23% sont **prêts à réduire le nombre d'appareils connectés** dans leur foyer



estiment que **les gouvernements et les organismes de réglementation devraient faire davantage** pour lutter contre les contenus en ligne préjudiciables



des ménages français déclarent être **plus préoccupés par la confidentialité des données personnelles** qu'ils ne l'étaient avant la pandémie



des personnes interrogées âgées de moins de 25 ans **pensent souvent à l'impact négatif de l'utilisation d'Internet** sur leur bien-être, et 50 % des personnes âgées de 25 à 35 ans sont **très inquiètes de ce qu'elles peuvent rencontrer en ligne**

Methodologie

Étude annuelle *via* une enquête en ligne menée auprès de plus de 20 000 ménages parmi lesquels 2 500 français dans huit pays (Canada, Allemagne, Italie, Espagne, Suède, Royaume-Uni et États-Unis). L'enquête de cette année a été menée en février 2022.